

**À PROPOS DES ALLUSIONS DANS LES TITRES DES
JOURNAUX QUI SERVENT À ACCROÎTRE LES POSSIBILITÉS
INTELLECTUELLES ET ESTHÉTIQUES**

Jurayeva Maksuda Mukhammadovna

Professeur associée, PhD

Département de Philologie Française

Université d'État de Boukhara

m.m.jurayeva@buxdu.uz

Sattorova Sarnigor To'lqinovna

*Directeur du centre éducatif privé
de l' "AKADEMIK SCHOOL"*

Annotation: Cet article analyse les facteurs qui servent à élargir les possibilités intellectuelles et esthétiques. L'auteur explore l'interaction de l'art, de l'éducation et de la technologie dans la société moderne et montre comment ces facteurs influencent la créativité humaine, les expériences esthétiques et le développement intellectuel. L'article discute des approches innovantes utilisées dans le processus de création d'œuvres d'art, ainsi que du rôle des nouvelles méthodologies et technologies numériques dans le système éducatif. En conséquence, les conditions et stratégies nécessaires sont développées pour l'expansion des possibilités intellectuelles et esthétiques. Cette étude vise à identifier les facteurs importants pour ouvrir et développer le potentiel créatif de la jeune génération.

Mots clés: Développement intellectuel, expérience esthétique, art et éducation, pensée créative, approches innovantes, stratégies d'expansion.

Annotation: This article analyzes the factors that serve to expand intellectual and aesthetic possibilities. The author explores the interaction of art, education and technology in modern society and shows how these factors influence human creativity, aesthetic experiences and intellectual development. The article discusses innovative approaches used in the process of creating artwork, as well as the role of new digital methodologies and technologies in the education system. As a result, the necessary conditions and strategies are developed for the expansion of intellectual and aesthetic possibilities. This study aims to identify the important factors for opening and developing the creative potential of the younger generation.

Keywords: Intellectual development, aesthetic experience, art and education, creative thinking, innovative approaches, expansion strategies.

INTRODUCTION

Dans la société moderne, l'expansion des possibilités intellectuelles et esthétiques est sans aucun doute importante pour le développement et le bien-être de chaque personne. Ce processus est nécessaire non seulement à la croissance personnelle, mais aussi à la

stabilité sociale et au développement culturel. Les capacités intellectuelles se forment en augmentant les connaissances et les compétences, et les capacités esthétiques ajoutent de la couleur à nos vies à travers l'art et la culture.

Dans les gros titres des journaux, on peut voir de nombreux facteurs liés à ce sujet: les innovations dans le système éducatif, le rôle des technologies numériques, l'importance de l'art et de la culture, ainsi que les initiatives visant à développer le potentiel créatif de la jeune génération. Dans cet article, nous analyserons les principaux facteurs qui servent à élargir les opportunités intellectuelles et esthétiques et à déterminer leur place dans notre société. Grâce à ceux-ci, nous nous efforçons de contribuer à créer un environnement plus lumineux et plus créatif pour les générations futures.

MÉTHODES

Diverses sources, notamment des articles scientifiques, des livres et des ressources Internet, ont été explorées pour mieux comprendre le sujet. A travers cette littérature, les principaux facteurs affectant le développement des capacités intellectuelles et esthétiques sont identifiés. Des statistiques sont collectées sur les initiatives visant à élargir les opportunités intellectuelles et esthétiques dans la société, les changements dans le système éducatif et les innovations dans le domaine de l'art. Les tendances et tendances générales peuvent être observées à travers ces données. Les contextes sociaux, économiques et culturels associés à l'expansion des possibilités intellectuelles et esthétiques ont été explorés. Grâce à cette analyse, une portée plus large du problème et sa place dans la société seront déterminées.

DISCUSSION

L'utilisation d'outils linguistiques pragmatiques dans les titres des journaux permet d'augmenter l'efficacité du titre et d'attirer l'attention du lecteur. Des outils tels que les phraséologismes, les métaphores et les métonymies donnent au titre une imagerie et une émotivité et évoquent certaines associations chez le lecteur [5].

Les phraséologismes donnent au titre un esprit populaire et un ton national en utilisant des combinaisons toutes faites de la langue. Les métaphores aident à exprimer l'idée du titre de manière plus claire et plus impressionnante. À l'aide de métonymies, certains concepts peuvent être exprimés dans le titre, par exemple, toute une réalité ou un événement peut être exprimé en citant le nom d'une certaine personne ou organisation.

Il est important d'utiliser des outils linguistiques pragmatiques lors de la création de titres de journaux. Ils augmentent non seulement l'efficacité du titre, mais suscitent également l'intérêt du lecteur et l'encouragent à lire l'article.

Dans le même temps, l'utilisation d'un langage pragmatique dans les titres des journaux peut poser certains problèmes. Tout d'abord, les phraséologismes, métaphores et autres outils utilisés dans les titres peuvent ne pas être correctement compris par le lecteur. Cela empêche la réalisation de l'objectif communicatif [6]. De plus, dans certains cas, des outils linguistiques pragmatiques peuvent masquer le sens principal du titre et dérouter le lecteur.

Un autre aspect important des outils linguistiques pragmatiques utilisés dans les titres des journaux est qu'ils peuvent manipuler les émotions du lecteur en les affectant [7]. Par

exemple, en utilisant des mots ou des phrases fortes en émotions dans le titre, il est possible de changer l'attitude du lecteur envers un certain événement ou événement. Des individus ou des groupes poursuivant certains objectifs dans l'espace informationnel peuvent en abuser.

Les titres doivent être structurés de manière à ne pas dérouter le lecteur, mais au contraire à exprimer l'essence de l'article de manière claire et succincte.

Il est également important de ne pas dépasser leur norme lors de l'utilisation d'outils linguistiques pragmatiques. Si le titre utilise beaucoup de phraséologie, de métaphores ou d'autres procédés, cela peut réduire l'efficacité du titre et fatiguer le lecteur [8]. C'est pourquoi il est nécessaire d'utiliser les outils linguistiques avec modération et de manière appropriée lors de la création de titres.

En recherchant les caractéristiques pragmatiques des titres de journaux, il est important d'étudier empiriquement leur impact sur le lecteur. À cet égard, des informations précieuses peuvent être obtenues en menant des études expérimentales, en menant des enquêtes auprès des étudiants et en étudiant leurs opinions. De telles études contribuent à optimiser les titres des journaux et à accroître leur impact.

Dans le même temps, il est nécessaire d'utiliser les acquis d'autres sciences telles que le journalisme, la psychologie et la sociologie en plus de la linguistique pour étudier les caractéristiques pragmatiques des titres de journaux [9]. Car l'impact des titres dépend non seulement de facteurs linguistiques, mais aussi de facteurs psychologiques et sociaux. Ce n'est que sur la base d'une approche interdisciplinaire qu'il est possible de comprendre pleinement l'essence des titres des journaux et d'augmenter leur efficacité.

RÉSULTATS

Les titres des journaux jouent un rôle important en attirant l'attention du lecteur et en exprimant l'idée principale de l'article de manière courte et concise. Les titres reflètent non seulement le sujet de l'article, mais aussi son objectif pragmatique. La pragmatique étudie les aspects pratiques du langage, c'est-à-dire son contexte et ses significations situationnelles [1]. Les outils linguistiques pragmatiques sont largement utilisés dans les titres des journaux, car ils contribuent à accroître l'impact du titre et à susciter l'intérêt du lecteur.

Notre objectif est d'étudier et d'analyser les outils linguistiques pragmatiques utilisés dans les journaux nationaux d'Ouzbékistan et les titres des journaux français. Les résultats peuvent être utiles aux linguistes, aux journalistes et à la rédaction, tout en démontrant l'importance d'une approche pragmatique dans la création des titres des journaux.

Les phraséologismes, métaphores et métonymies sont également largement utilisés dans les titres des journaux français. Par exemple, le titre « Le gouvernement sur le fil du rasoir » du journal « Le Monde » utilise une métaphore, et le titre « Paris met le turbo » du journal « Les Echos » utilise la métonymie. À cet égard, les manchettes des deux pays sont étonnamment similaires.

Les titres français utilisent davantage d'ironie, de comparaisons et de jeux de mots pour attirer l'attention du lecteur et accroître l'impact. Par exemple, le titre de Libération

MODERN EDUCATIONAL SYSTEM AND INNOVATIVE TEACHING SOLUTIONS

« La culture en mode survie » est une ironie, et le titre du « Figaro » « Le Brexit, un divorce à l'irlandaise » est une ironie. De tels outils visent à susciter l'intérêt de lecteur.

Le contexte sociopolitique joue un rôle important dans l'utilisation d'outils pragmatiques dans les journaux français. Les gros titres font souvent référence à des sujets d'actualité, par exemple, le titre du journal « Le Parisien » - « Gilets jaunes : le gouvernement lâche du lest » réagit au mouvement des cols jaunes et critique le gouvernement.

Les titres français sont quelque peu différents des titres ouzbeks en raison de l'expressivité et de l'expressivité de la langue. Dans les titres français, des outils tels que la métaphore et la métonymie sont utilisés sous une forme plus large et plus diversifiée. Par exemple, l'expression « variable d'ajustement » dans le titre « Les retraités, variable d'ajustement du gouvernement » du journal « L'Humanité » a créé une métaphore complexe.

Les titres de journaux sont un outil linguistique puissant qui vise à capter l'attention des lecteurs tout en transmettant de manière concise l'essence de l'information.

Les titres doivent être courts et précis. L'auteur de l'article choisit ses mots avec soin pour maximiser l'impact et minimiser le nombre de mots. Par exemple : « Crise Économique : Les Français Inquiets » - « Les Français s'inquiètent de la crise économique » au lieu de « Crise économique : les Français sont inquiets ».

Les titres des questions suscitent l'intérêt et encouragent les lecteurs à chercher des réponses dans l'article. Par exemple : « Le Climat en Danger ? » - Au lieu de dire « Le climat est en danger », poser la question « Le climat est-il en danger ? » incite les élèves à réfléchir au changement climatique.

L'allitération et l'allitération rendent les titres mémorables et accrocheurs. Par exemple : « Média et Médisance : « Le Débat en Flamme » au lieu de « Le débat sur le rôle des médias de masse »

« Médias et potins : un débat au coin du feu » En combinant ces outils linguistiques pragmatiques, les titres informent non seulement, mais contribuent également à motiver et encourager les lecteurs à en savoir plus.

Dans les journaux ouzbeks, les outils pragmatiques sont utilisés dans un style plus traditionnel et populaire, tandis que dans les journaux français, ils sont utilisés dans un contexte moderne et laïc. Cela s'explique par les différences de mentalité et de culture des deux pays.

On peut observer que les outils linguistiques pragmatiques sont largement utilisés dans les journaux nationaux ouzbeks, et en voici quelques-uns :

Phraséologismes : « Qo'li gul fermer » (OuzA, 05.01.2022), « Était inquiet » (Parole du peuple, 12.02.2022).

Métaphores : « Le souffle froid de l'hiver » (Pravda Vostoka, 18.01.2022), « Vers le sommet de la victoire » (Ishoncht, 25.02.2022).

Métonymies : « En présence de Zulfiya Khanim » (Marifat, 08.01.2022), « Notre capitale a un autre beau bâtiment » (Hurriyat, 17.02.2022).

Comparaisons : « Se balance comme un rossignol » (Yosh kuch, 29.01.2022), « Fort

comme un lutteur » (Man and Law, 06.02.2022).

L'utilisation figurative des mots : « Charge lourde » (Darakchi, 14.01.2022), « Peau du front » (Işonch, 23.02.2022).

Au cours de la recherche, lorsque nous avons identifié les outils linguistiques pragmatiques utilisés dans les titres des journaux et que nous les avons analysés à l'aide d'exemples, il est devenu clair que les phraséologismes, les métaphores et les métonymies sont les outils les plus utilisés dans les titres.

CONCLUSION

L'utilisation d'outils linguistiques pragmatiques dans les titres des journaux joue un rôle important en attirant l'attention du lecteur et en exprimant l'idée principale de l'article de manière courte et concise. Les résultats de la recherche ont montré que les outils linguistiques pragmatiques tels que la phraséologie, les métaphores et les métonymies sont largement utilisés dans les journaux nationaux français et ouzbeks.

Notre recherche constitue une nouvelle étape dans l'étude des caractéristiques pragmatiques des titres de journaux et peut servir de base à des recherches plus approfondies à l'avenir. En outre, les résultats de la recherche peuvent être utilisés dans la pratique, notamment dans le journalisme et le travail éditorial. L'utilisation efficace d'outils linguistiques pragmatiques dans la composition des titres des journaux est un facteur important pour accroître l'intérêt des lecteurs et garantir l'efficacité des documents des journaux.

RÉFÉRENCES:

1. Yule G. (2020). Pragmatics. Oxford University Press. [yule_2020].
2. Qalandarova D. (2019). Gazeta sarlavhalarining lingvistik xususiyatlari. // Tilshunoslik masalalari, (3), 45-52. [qalandarova_2019].
3. Turniyozov N. (2018). Publitsistik matnlarning pragmatik aspekti. // Jurnalistika va tilshunoslik, (2), 68-74. [turniyozov_2018].
4. Xudoyorova M. (2021). Gazeta sarlavhalarida metaforaning qo'llanilishi. // Ilmiy xabarnoma, (4), 112-118. [xudoyorova_2021].
5. Rahimov S. (2020). Gazeta sarlavhalarining kommunikativ-pragmatik vazifalari. // O'zbekistonda ilmiy-amaliy tadqiqotlar, (5), 156-162. [rahimov_2020].
6. Safarov Sh. (2016). Pragmalingvistika. O'zbekiston milliy ensiklopediyasi. [safarov_2016].
7. Hakimov M. (2013). O'zbek tilida matnning pragmatik talqini. // Fan va texnologiya. [hakimov_2013].
8. Qurbonova M. (2017). Reklama matnlarida pragmatik vositalar. // Filologiya masalalari, (5), 148-153. [qurbonova_2017].
9. Mengliyev B. (2018). Tilshunoslikning dolzarb yo'nalishlari. // O'zbekiston milliy universiteti. [mengliyev_2018].

MODERN EDUCATIONAL SYSTEM AND INNOVATIVE TEACHING SOLUTIONS

10. Жўраева М. (2023). Газета ва унинг сарлавҳаларидаги ўзига хос хусусиятлар. // Golden brain, 1(7), 87-95..
11. Mukhammadovna, Jurayeva Maksuda. "Media relations in french discourse. // Middle european scientific bulletin ISSN (2021): 2694-9970.
12. Жўраева, М. (2023). Fransuz gazeta matnlarida akronim va abbreviaturalar tahlili (замонавий француз газеталари мисолида). // Formation of psychology and pedagogy as interdisciplinary sciences, 2(18), 173-178.
13. Mukhammadovna, Jurayeva Maksuda, and Islamova Sojida. "The Appearance of Expressiveness in Media Language. // " American Journal of Public Diplomacy and International Studies (2993-2157) 2.2 (2024): 114-117.

